



Bayer CropScience  
Deutschland GmbH  
Pressestelle  
Elisabeth-Selbert-Straße 4a  
D-40764 Langenfeld

# Presse-Information

---

## **Bayer in aktuell turbulenten Zeiten gut aufgestellt**

- Corona-Krise
  - # Das gilt für uns alle: Achten Sie auf sich, Ihre Familie und Ihr nahes Umfeld
  - # Miteinander reden, der soziale Kontakt, auch der digitale Austausch mit den Kunden, ist die einzige weitere wichtige Priorität
- Landwirtschaft in Bewegung – Bayer gibt Antworten auf gesellschaftliche Fragen
- Bayer führend im Markt und beim Image
- Umfassendes Portfolio bei Pflanzenschutz und Saatgut im Ackerbau
- Neue Produkte 2020: das Getreidefungizid Input Triple und die Getreideherbizide Agolin Forte und Cadou Pro Pack
- Pflanzenschutz / Saatgut / Digitalisierung – das integrierte Angebot im Mais

---

**Langenfeld, 26. März 2020**

### **Herausforderungen nehmen kein Ende – Der Blick auf die aktuelle Situation**

Mit anhaltender Dynamik hält das Coronavirus Deutschland und die ganze Welt in Atem. Dies beginnt im eigenen familiären Bereich, zeigt einzelbetriebliche und branchenbezogene Einflüsse und endet bei der Beeinträchtigung globaler Lieferketten.

„Die Situation ist für jeden von uns herausfordernd. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben das Vertrauen und wir haben uns alle Flexibilität gegeben. Im Vordergrund steht die persönliche Situation zu Hause und im direkten Umfeld. Das Miteinander reden, der soziale Kontakt, auch der digitale Austausch mit unseren Kunden ist die einzige weitere wichtige Priorität“, sagte Peter R. Müller, Geschäftsführer der Bayer CropScience Deutschland GmbH.

„Gerade mit Blick auf diese Priorität ist es uns jetzt außerordentlich wichtig, für unsere Kunden

weiter da zu sein und sie bestmöglich zu beraten. Die Frühjahrssaison hat begonnen und pflanzenbauliche Entscheidungen werden getroffen. Die Landwirtinnen und Landwirte sollen zu jeder Zeit die Informationen bekommen, die Sie brauchen, um in diesem Jahr ihre angestrebten Erträge einzufahren. Der Austausch in der kommenden Zeit wird sich verändern. Das ist mit dieser Konsequenz und ohne Testlauf für alle besonders und erstmal ungewohnt. Wir sind uns bewusst, dass es auch mal holprig zugehen wird, wenn Kollegen nicht gleich zu erreichen sind oder erstmal Bilder zu Pflanzenkrankheiten und Schädlingen digital ausgetauscht werden müssen. Daher habe ich die Bitte, dass die Kunden uns gerade jetzt Feedback geben“, betonte Müller. Eigens hierfür wurde die E-Mail-Adresse [Beratung@bayer.com](mailto:Beratung@bayer.com) eingerichtet.

Die Landwirtschaft steht in dieser Situation aufgrund eines recht hohen Digitalisierungsgrads nicht am schlechtesten da, wenn auch die Verfügbarkeit des Internets regional zu wünschen lässt. Auch Bayer und seinen Kunden kommt der starke Ausbau der digitalen Services im Unternehmen jetzt zu Gute. Wetter Aktuell, E-Mail-Newsletter, das Beratungstelefon oder BayDir sind Beispiele dafür. Bayer wird den Beratungsservice für Landwirtinnen und Landwirte gerade wegen des Verzichts auf persönliche Kontakte hier noch weiter intensivieren.

Der Pflanzenschutzmarkt selbst wird sich durch das Corona-Geschehen kurzfristig nicht ändern. Der Bedarf an Pflanzenschutzmitteln wird sich an den auftretenden Kalamitäten orientieren. Die Saison hat gerade erst begonnen und die Nachfrage zieht an. Auch konnten bisher keine Hamsterkäufe registriert werden. Es sollte auch hoffentlich so bleiben, da die Warenversorgung für das Frühjahr weitestgehend sichergestellt ist. Bayer setzt alles daran, dass es auch im zweiten Halbjahr zu keinen Engpässen kommen wird.

Die grundlegenden Herausforderungen an die Landwirtschaft bleiben, nachhaltige Nahrungsmittelproduktion im Einklang mit gesellschaftlichen Erwartungen zu bringen. Große Umwälzungen sind im Umfeld, in dem das zu geschehen hat, festzustellen.

Bayer ist trotz aller zum Teil schwierigen Einflüsse gut aufgestellt, um in das Jahr 2020 zu starten. „Um das auch für die Zukunft sicherzustellen, wird sich Bayer weiter verändern. Oder wie ich es sage, sich weiter neu erfinden“, sagte Müller. Neben den natürlichen Herausforderungen, wie die Trockenheit des letzten Jahres, stehen für Müller die gesellschaftlichen Erwartungen an die Landwirtschaft im Mittelpunkt. Diese wachsen stetig weiter, gleichzeitig werden den Landwirten Handlungsoptionen bei Pflanzenschutzmitteln, etwa im Raps- und Zuckerrübenanbau, genommen. Die Balance zwischen Ökonomie, Ökologie und sozialer Verantwortung steht auf dem Prüfstand. Die Auswirkungen sind für jeden einzelnen Betrieb zu spüren. Bayer strebt im Jahr 2022 die Wiedertzulassung von Glyphosat in Europa an. „Wir sind davon überzeugt, dass wir eine starke wissenschaftlich fundierte Grundlage für die

Verlängerung haben“, schätzte Müller die Situation ein.

### **Landwirte melden sich zu Wort**

Das „Konjunkturbarometer Agrar“ des Deutschen Bauernverbands hat zuletzt einen neuen Tiefststand erreicht und auf allen Ebenen der Landwirtschaftsbranche findet ein massiver Strukturwandel statt. „Tausende Landwirte gingen in den letzten Monaten immer wieder in ganz Deutschland auf die Straße,“ rekapitulierte Müller. „Die Politik muss nicht nur die Sorgen der Landwirte ernst nehmen, sie muss auch helfen, den überhöhten gesellschaftlichen Erwartungsstau aufzulösen. Andererseits wird auch die Gesellschaft nicht immer nur „Nein“ sagen können, wenn es um die Einführung von Innovationen in der Landwirtschaft für die nachhaltige Erzeugung heimischer Nahrungsmittel geht,“ wertete Müller. Bayer ist gerade in Zeiten starker struktureller Veränderungen mehr denn je Partner der Landwirtschaft. Das Unternehmen ist nicht nur Lieferant von Produkten, sondern versteht sich als Partner, mit dem sich nachhaltige und zukunftsfähige Konzepte etablieren lassen. „Unter anderem deshalb werden wir unser betriebliches Netz, in dem innovative Konzepte auf ihre Praxistauglichkeit geprüft werden, weiter ausbauen“, erläuterte der Geschäftsführer. In Planung sind unter anderem drei weitere ForwardFarms in Bayern, Niedersachsen und Baden-Württemberg. „Bayer wird in den Innovationsfeldern Pflanzenschutz, Züchtung und Digitalisierung weiter neue Schwerpunkte setzen, das Umfeld mitgestalten und verstärkt den Dialog mit der Gesellschaft führen“, so der Ausblick von Peter R. Müller.

### **Der Markt und neue Lösungen im Getreide**

Eine Marktbetrachtung gab Nils Bauer, Leiter Marketing der Bayer CropScience Deutschland GmbH. „Im zurückliegenden Jahr dominierte die Trockenheit und damit eine geringe Intensität beim Pflanzenschutz in vielen Teilen des Landes“, führte er ins Thema ein. „Verantwortlich für den rückläufigen Markt in einer Größenordnung von etwa 1,9 Prozent waren vor allem eine geringe Intensität mit Fungiziden und der Rückgang der Rapsanbaufläche“.

Auf der Basis einer erwartet wieder höheren Fungizidintensität sieht Bauer ein leichtes Wachstum des Pflanzenschutzmarktes für 2020. Der Winterweizen bleibt in der Fläche die wichtigste Kultur, gefolgt vom Mais. In beiden Kulturen ist Bayer sehr gut aufgestellt und mit seinen jeweiligen Pflanzenschutzportfolios das führende Unternehmen im Markt. Mit minus neun Prozent wurde die Anbaufläche für Winterraps auf den Betrieben stark zurückgefahren. Die Gründe dafür sind vielschichtig. Regionale Trockenheit bei der Herbstbestellung und überbordende pflanzenbauliche Herausforderungen aufgrund eingeschränkter Optionen im Pflanzenschutz gehören zu den Haupttreibern.

Bei den Getreideherbiziden weist nach der erfolgreichen Einführung im letzten Jahr Atlantis Flex eine hervorragende Kundenzufriedenheit auf. „Und in diesem Herbst können wir erneut mit einem ganz starken neuen Produkt aufwarten“, erläuterte Bauer. Mit Agolin Forte und Cadou Pro Pack stehen zwei Lösungen mit besonderer Wirkung für Wildhalm- beziehungsweise Ackerfuchsschwanzstandorte zur Verfügung. Eine Neuheit gibt es auch mit Input Triple bei den Fungiziden. „Durch die Kombination von drei starken Wirkstoffen kann hervorragend ein integriertes Resistenzmanagement praktiziert werden“, so Bauer. Insgesamt ist Bayer bei den Getreidefungiziden mit der breiten Palette der Xpro-Produkte sehr gut aufgestellt und auch in diesem Segment der Marktführer. Ascra Xpro ist dabei das größte Getreidefungizid im deutschen Pflanzenschutzmarkt.

Mit dem DEKALB-Mais- und Rapssortenportfolio setzt Bayer neue Standards im Markt. Im Rapssegment stehen den Landwirten in diesem Jahr insgesamt elf Sorten zur Verfügung. DK Exima und DK Exited (bekannt unter DMH 440) sind die beiden neuen Rapssorten für 2020.

### **Integrierte Lösungen und Topp-Image**

„Seit dem letzten Jahr arbeiten wir operativ mit einem integrierten Portfolio bestehend aus Pflanzenschutz, Saatgut und digitalen Lösungen. Das versetzt uns in die sehr gute Lage, dass wir uns noch besser auf unseren Kunden einstellen können, um seinen pflanzenbaulichen Herausforderungen zu begegnen. Neben dem führenden Pflanzenschutzportfolio kommen viele neue Produkte aus den Bereichen Mais- und Rapssaatgut sowie digitale Anwendungen dazu. Die Kunden honorieren die neue Unternehmensausrichtung. Laut einer Kundenbefragung sehen 61 Prozent der Kunden Bayer als den führenden Hersteller beim Pflanzenschutz und bei Saatgut. Den höchsten Wert erzielte mit 86 Prozent Zustimmung die Kompetenz des Bayer-Expertenteams. Für die Zukunft erwarten die Kunden laut Umfrage, dass Bayer noch stärker den Dialog mit der Öffentlichkeit mitgestaltet, nachhaltige Lösungen entwickelt und die innovative Forschung vorantreibt. Die eigene Erhebung deckt sich mit den Ergebnissen des letzten DLG-Imagebarometers. Seit vielen Jahren – und auch dieses Mal wieder – belegte Bayer hier den Platz 1.

### **Pflanzenschutz / Saatgut / Digitalisierung Das integrierte Angebot von Bayer in Mais**

Der Mais ist in Deutschland eine Kultur mit weiterwachsender Anbaubedeutung. Die vielseitige Nutzung und weitestgehend sichere Erträge auch unter klimatischen schwieriger werdenden Bedingungen sind nur zwei Gründe dafür.

Beim Pflanzenschutz im Mais ist Bayer der klare Marktführer und auch für die Zukunft sehr gut aufgestellt.

„Sicheren Schutz von Anfang an bietet Redigo M, eine Saatgutausstattung für Mais zur Kontrolle von Auflaufkrankheiten sowie Fusarium-Infektionen zur Sicherung der Bestandsbildung“, sagte Dr. Marco Harms, Leiter Field Solutions. In Feldversuchen konnte die klare Überlegenheit von Redigo M gegenüber Vergleichsmitteln belegt werden. Das Produkt hat eine breite Zulassung in Europa und auch in Deutschland. Redigo M-behandeltes Maissaatgut steht zur Aussaat 2020 erstmalig zur Verfügung.

Im größten Pflanzenschutzsegment im Mais, den Herbiziden, hat Bayer in den letzten Jahren eine beeindruckende Entwicklung hingelegt. „Unser Produktportfolio bietet passende Lösungen für alle Standorte und Unkrautprobleme“, erläuterte Harms. Führend ist MaisTer power Aspect Pack mit hervorragender Wirkung gegen Problemungräser wie Hirse, Quecke, Einjährige Rispel und Ackerfuchsschwanz sowie das breite Spektrum der breitblättrigen Unkräuter. Diese Herbizidlösung zeichnet sich durch seine flexible Aufwandmenge und gute Dauerwirkung aus und ermöglicht zudem ein optimales Wirkstoffmanagement. „MaisTer power Aspect Pack ist das Schweizer Taschenmesser unter den Herbiziden“, betonte Harms.

Die weitere führende Lösung ist der Laudis Aspect Pack. Die schnelle Wirkung von Laudis beeindruckt jeden Praktiker. Die Kombination ist sehr wirkungssicher gegen Problemhirsen. Im Vergleich zu anderen Triketon- bzw. Sulfonylharnstofflösungen ist die hervorragende Verträglichkeit hervorzuheben, die unabhängig von Temperaturschwankungen gegeben ist. Mit Adengo wurde im letzten Jahr eine neue Voraufauflösung eingeführt. Das Herbizid hat ein breites Wirkungsspektrum.

Die Fungizide Prosaro und Propulse sowie das Insektizid Decis Forte zur Kontrolle des Maiszünslers komplettieren das Pflanzenschutzprogramm von Bayer im Mais.

Bei Prosaro liegen die Schwerpunkte auf der Fusariumkontrolle, der Reduktion von Mykotoxinen und damit letztendlich dem Erhalt der Gesundheit der Tierbestände. Propulse hält die Blätter gesund und dient damit der Ertragsabsicherung.

„In vielen europäischen Ländern ist Bayer mit DEKALB-Maissaatgut der Marktführer oder die Nummer zwei. In Deutschland besetzt das Unternehmen den Rang fünf“, erläuterte Eckhard Holzhausen, Europe Early Maturity Corn Breeding Lead. Die wesentliche Ursache hierfür liegt in der lange auf das Segment Körnermais ausgerichteten Züchtung. Diese Ausrichtung wurde vor wenigen Jahren angepasst. Wir sind nunmehr breit im Reifespektrum aufgestellt und die Landwirte werden jetzt auch hierzulande von den Ergebnissen dieser Arbeit profitieren“.

Bayer verfügt über das global führende Prüfnetz und kann auf ertragsstarkes Züchtungsmaterial zurückgreifen. Der Zuchtfortschritt wird durch die Nutzung von innovativen Züchtungstechniken beschleunigt und versetzt Bayer in die Lage, auch beim für Deutschland wichtigen Silomais weiter aufzuholen. Die Präzisionszüchtung des Unternehmens findet bereits zur Hälfte im Labor und im Gewächshaus statt. Automatisiertes "Seed Chipping" für die genomische Selektion und Daten basierte Vorhersagen mittels künstlicher Intelligenz steigern die Effizienz und sind die Treiber dieser Entwicklung.

„Im für Deutschland wichtigsten Segment „Silo mittelfrüh“ hatten wir 2019 sieben Kandidaten angemeldet, von denen fünf in das zweite Wertprüfungsjahr aufgestiegen sind. Das ist die höchste Aufstiegsrate im Wettbewerbsumfeld. Daneben führen diese Sorten das Ranking in Punkto Gesamttrockenmasseertrag je Hektar an. Der Fokus auf Silomais mit Anwendung der Präzisionszüchtung führt zu einem überragenden Ertragspotential bei hohen Stärkegehalten und guter Faserqualität für die Tierfütterung und bei der Biogaserzeugung“, sagte Holzhausen. Vier DEKALB Sorten steigen in 2020 in die Landessortenversuche oder Anbaugebietsprüfung auf: DKC 2990 (früh), DKC 3204 (mittelfrüh), DKC 3990 (mittelspät), DKC 3888 (mittelfrüh). Alle DEKALB Sorten stehen für Leistungsstabilität - auch bei Trockenheit und Hitze.

Teil der DEKALB Sortenprüfung im Mais sind umfangreiche Bestandesdichteveruche, die Basis für die Erstellung variabler Aussaatkarten über die digitale Plattform Climate FieldView sind.

Climate FieldView ist ein Produkt der 100-prozentigen Bayer-Tochter Climate Corporation. Die Steigerung der Profitabilität durch bessere pflanzenbauliche Entscheidungen – das ist die Philosophie von Climate FieldView.

„Global ist Climate FieldView die marktführende digitale Plattform in der Landwirtschaft“, erläutert Katharina Au, Leiterin Digital Solutions / Digital Transformation. 44 Millionen bezahlte Hektar ist das Ziel mit Blick auf die Nutzung der Plattform in 2020. Der Schwerpunkt der aktuellen Nutzung liegt in Nord- und Südamerika. Dennoch ist aktuell und in den kommenden Jahren Europa ein wichtiger Wachstumsmarkt.

In Deutschland stehen in diesem Jahr drei unterschiedliche Angebote zur Verfügung. Diese reichen von einem sehr einfachen Einstiegsprodukt für die Nutzung von Vegetationskarten bis hin zur Erstellung von Aussaat- und Applikationskarten und der Maschinenanbindung auf dem Betrieb zum Aufzeichnen und Auswerten von Maßnahmen und Erträgen.

Im Mais können ganz konkret zum Beispiel die Vegetationskarten helfen, um schnell Problemstellen zu identifizieren und die Kulturentwicklung von der Aussaat bis zur Ernte zu verfolgen. Zudem bietet Climate FieldView die Möglichkeit, standortspezifisch angepasste,

variable Aussaatkarten zu erstellen und aufzuzeichnen. Durch den Vergleich mit den aufgezeichneten Ertragsdaten kann der Landwirt zum Beispiel sehr einfach vergleichen, welchen wirtschaftlichen Erfolg die variable Aussaat im Vergleich zur Standardaussaatstärke gebracht hat. Darüber hinaus werden im Körnermais auch automatisch auf den Standort angepasste Aussaatkarten für DEKALB Maissorten angeboten. Dieses Angebot soll im nächsten Schritt auch auf den Silomais ausgeweitet werden.

## **Über Bayer**

Bayer ist ein weltweit tätiges Unternehmen mit Kernkompetenzen auf den Life-Science-Gebieten Gesundheit und Ernährung. Mit seinen Produkten und Dienstleistungen will das Unternehmen den Menschen nützen, indem es zur Lösung grundlegender Herausforderungen einer stetig wachsenden und alternden Weltbevölkerung beiträgt. Gleichzeitig will der Konzern seine Ertragskraft steigern sowie Werte durch Innovation und Wachstum schaffen. Bayer bekennt sich zu den Prinzipien der Nachhaltigkeit und steht mit seiner Marke weltweit für Vertrauen, Zuverlässigkeit und Qualität. Im Geschäftsjahr 2019 erzielte der Konzern mit rund 104.000 Beschäftigten einen Umsatz von 43,5 Milliarden Euro. Die Investitionen beliefen sich auf 2,9 Milliarden Euro und die Ausgaben für Forschung und Entwicklung auf 5,3 Milliarden Euro. Weitere Informationen sind im Internet zu finden unter [www.bayer.de](http://www.bayer.de)

Die Bayer CropScience Deutschland GmbH mit Sitz in Langenfeld ist die deutsche Vertriebsgesellschaft der Division CropScience. Das innovative Produktsortiment umfasst neben Herbiziden, Fungiziden, Insektiziden sowie Produkten zur Saatgutbehandlung und hochwertigem Raps- und Maissaatgut auch Anwendungen im nicht-landwirtschaftlichen Bereich, beispielsweise Schädlingsbekämpfungsmittel sowie Unkrautkontrolle für die gewerbliche Nutzung.

### Ihr Ansprechpartner:

Heinz Breuer, Tel.: 02173 / 2076-298

E-Mail: [heinz.breuer@bayer.com](mailto:heinz.breuer@bayer.com)

Internet: [www.agrar.bayer.de](http://www.agrar.bayer.de)

## **Zukunftsgerichtete Aussagen**

Diese Presseinformation kann bestimmte in die Zukunft gerichtete Aussagen enthalten, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Prognosen der Unternehmensleitung von Bayer beruhen. Verschiedene bekannte wie auch unbekannt Risiken, Ungewissheiten und andere Faktoren können dazu führen, dass die tatsächlichen Ergebnisse, die Finanzlage, die Entwicklung oder die Performance der Gesellschaft wesentlich von den hier gegebenen Einschätzungen abweichen. Diese Faktoren schließen diejenigen ein, die Bayer in veröffentlichten Berichten beschrieben hat. Diese Berichte stehen auf der Bayer-Webseite [www.bayer.de](http://www.bayer.de) zur Verfügung. Die Gesellschaft übernimmt keinerlei Verpflichtung, solche zukunftsgerichteten Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen.